

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian

Objek yang akan diterapkan dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja sebagai akuntan di sebuah perusahaan manufaktur yang ada di Semarang. Lokasi penelitian akan dilakukan di perusahaan manufaktur yang sudah menerapkan *Corporate Social Responsibility* di Semarang.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja sebagai akuntan pada perusahaan manufaktur yang sudah menerapkan *Corporate Social Responsibility* di Semarang. Sedangkan sampel yang digunakan untuk penelitian dengan ketentuan karyawan yang bekerja sebagai akuntan di sebuah perusahaan manufaktur yang sudah menerapkan *Corporate Social Responsibility* dikarenakan dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui persepsi *corporate social responsibility* mempengaruhi komitmen kerja, kepuasan kerja, kebermanaknaan kerja, serta persepsi dukungan organisasi. Penelitian dilakukan di perusahaan manufaktur dikarenakan peneliti ingin berfokus pada satu bidang saja yaitu perusahaan manufaktur yang sudah menerapkan *Corporate Social Responsibility* yang berlokasi di Semarang.

Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menerapkan *convenience sampling*. Karena metode yang dilakukan untuk pengambilan sampel dengan memilih sampel sekehendak perisetnya (Jogiyanto, 2007). Peneliti menggunakan metode ini dikarenakan ingin meneliti persepsi karyawan yang

bekerja sebagai akuntan mengenai *corporate social responsibility* di sebuah perusahaan manufaktur yang sudah menerapkan *Corporate Social Responsibility* di Semarang.

3.3. Definisi dan Pengukuran Variabel

3.3.1. Persepsi Tanggung Jawab Sosial (*Perceived Corporate Social Responsibility*)

Definisi dari persepsi tanggung jawab sosial perusahaan merupakan skala untuk mengetahui sejauh mana persepsi responden tentang seberapa jauh perusahaan saya yang menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan memperhatikan kesejahteraan, pelayanan, strategi, perhatian terhadap lingkungan sekitar perusahaan, serta pencapaian tujuan jangka panjang yang berkaitan kepada para pemangku kepentingan yang lain atau *stakeholder*. Persepsi tanggung jawab sosial dibagi menjadi 2 item, yaitu persepsi tanggung jawab sosial dilihat dari sisi sosial, dan yang kedua persepsi tanggung jawab sosial dilihat dari sisi lingkungan sekitar tempat karyawan bekerja. Kedua item tersebut berperan penting sebagai variabel independen.

Variabel persepsi tanggung jawab sosial dari 8 item pertanyaan tersebut menggunakan skala likert yaitu skala 1 sampai 7, dengan alternatif jawaban antara lain : (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Kurang Setuju, (4) Cukup Setuju, (5) Setuju, (6) Sangat Setuju, (7) Sangat Setuju Sekali. Semakin rendah skor yang ditunjukkan artinya persepsi responden tentang seberapa jauh perusahaan memperhatikan kesejahteraan, pelayanan, strategi, perhatian terhadap lingkungan sekitar perusahaan, serta pencapaian tujuan jangka panjang yang

berkaitan kepada para pemangku kepentingan yang lain atau *stakeholder*, maka semakin rendah pula perhatian perusahaan terhadap kesejahteraan, pelayanan, perhatian terhadap lingkungan sekitar perusahaan, serta pencapaian tujuan jangka pendek yang berkaitan yang diberikan pada para *stakeholder*. Sebaliknya, semakin tinggi skor yang ditunjukkan artinya persepsi responden tentang perusahaan yang memperhatikan kesejahteraan, pelayanan, dan kontribusi lainnya kepada para pemangku kepentingan yang lain atau *stakeholder*, maka perhatian yang diberikan oleh perusahaan terhadap para *stakeholder* juga tinggi.

3.3.2. Kepuasan Kerja

Definisi dari kepuasan kerja sebagai variabel dependen pertama yang menjelaskan bahwa karyawan merasa puas dan nyaman bekerja di lingkungan perusahaan tempatnya bekerja tersebut.

Variabel kepuasan kerja diukur menggunakan skala likert yaitu skala 1 sampai 7, dengan alternatif jawaban antara lain : (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Kurang Setuju, (4) Cukup Setuju, (5) Setuju, (6) Sangat Setuju, (7) Sangat Setuju Sekali. Selain itu, ada pertanyaan tertentu yang membutuhkan skala *reverse word*. Semakin rendah skor yang ditunjukkan artinya kepuasan kerja karyawan saat bekerja pada perusahaan tersebut juga rendah dan begitu pula sebaliknya. Untuk skala *reverse word*, Semakin rendah skor yang ditunjukkan artinya kepuasan karyawan ketika melakukan pekerjaan dalam perusahaan tersebut semakin tinggi dan sebaliknya.

3.3.3. Komitmen Organisasi

Definisi variabel dari komitmen organisasi (*organizational commitment*) sebagai variabel dependen kedua. Komitmen organisasi menjelaskan persepsi responden terhadap keterikatan emosional dan keterlibatan aktif karyawan dalam bekerja.

Variabel komitmen organisasi juga menggunakan skala likert yaitu skala 1 sampai 7, dengan alternatif jawaban antara lain : (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Kurang Setuju, (4) Cukup Setuju, (5) Setuju, (6) Sangat Setuju, (7) Sangat Setuju Sekali. Selain itu, ada item tertentu yang membutuhkan skala *reverse word*. Semakin rendah skor yang ditunjukkan artinya komitmen organisasi yang dimiliki karyawan pada kinerjanya di perusahaan tempat bekerja juga rendah, dan begitu pula sebaliknya. Untuk skala *reverse word*, semakin rendah skor yang ditunjukkan, komitmen organisasi yang dimiliki karyawan pada kinerjanya juga semakin tinggi, dan begitu pula sebaliknya.

3.3.4. Kebermaknaan (*Meaningfulness*)

Definisi variabel kebermaknaan atau *meaningfulness* yaitu sebagai variabel mediasi yang pertama yaitu sebagai bagian dari psikologis lingkungan kerja (Spreitzer, 1995). Kebermaknaan menjelaskan tentang sejauh mana karyawan merasa pekerjaannya bermakna, berharga dan bermanfaat bagi perusahaannya.

Pengukuran pada variabel kebermaknaan juga menggunakan skala likert yaitu skala 1 sampai 7, dengan alternatif jawaban antara lain : (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Kurang Setuju, (4) Cukup Setuju, (5) Setuju, (6)

Sangat Setuju, (7) Sangat Setuju Sekali. Semakin rendah skor yang ditunjukkan artinya kebermaknaan (*meaningfulness*) yang dimiliki karyawan pada proses kinerjanya juga rendah untuk memediasi antara persepsi tanggung jawab sosial terhadap kepuasan kerja dengan komitmen organisasi, dan begitupula sebaliknya.

3.3.5. Persepsi Dukungan Organisasi (*Perceived Organization Support*)

Definisi variabel dari persepsi dukungan organisasi (*perceived organizational support*) sebagai mediator kedua. Persepsi dukungan organisasi menjelaskan persepsi karyawan mengenai cara perusahaan memperhatikan kesejahteraan karyawan dan memperlakukan para anggota karyawannya dengan adil.

Variabel persepsi dukungan organisasi ini juga diukur menggunakan skala likert yaitu skala 1 sampai 7, dengan alternatif jawaban antara lain : (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Kurang Setuju, (4) Cukup Setuju, (5) Setuju, (6) Sangat Setuju, (7) Sangat Setuju Sekali. Selain itu, ada item tertentu yang membutuhkan skala *reverse word*. Semakin rendah skor yang ditunjukkan artinya persepsi responden tentang dukungan organisasi yang ada di perusahaan terhadap para anggota karyawan juga rendah untuk memediasi persepsi tanggung jawab sosial terhadap kepuasan kerja dengan komitmen organisasi, dan begitupula sebaliknya. Untuk skala *reverse word*, semakin rendah skor yang ditunjukkan, persepsi responden tentang dukungan organisasi yang ada di perusahaan terhadap para anggota karyawan akan semakin tinggi skornya untuk memediasi persepsi tanggung jawab sosial terhadap kepuasan kerja dengan komitmen organisasi juga semakin tinggi, dan begitu pula sebaliknya.

3.3.6. *Locus of Control (LOC)*

Locus of Control berperan sebagai variabel moderasi. Definisi dari *Locus of Control* adalah salah satu konsep kepribadian individual atau cara pandang seorang individu terhadap suatu peristiwa dengan pertimbangan bahwa apakah dia merasa bisa mengendalikan peristiwa yang terjadi pada dirinya.

Variabel *Locus of Control* ini juga diukur menggunakan skala likert yaitu skala 1 sampai 7, dengan alternatif jawaban antara lain : (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Kurang Setuju, (4) Cukup Setuju, (5) Setuju, (6) Sangat Setuju, (7) Sangat Setuju Sekali. Semakin rendah skor yang ditunjukkan artinya *Locus of Control* karyawan juga rendah untuk memoderasi persepsi tanggung jawab sosial terhadap kepuasan kerja dengan komitmen organisasi, dan begitupula sebaliknya. Selain itu, ada pula yang harus di *reverse score* di nomor pertanyaan 1,4,8 dan 11 sehingga pemberian scorenya akan terbalik.

3.4. Metode Pengumpulan Data

3.4.1. Jenis dan Sumber Data

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer karena data yang tersedia untuk penelitian akan diperoleh secara langsung dari narasumber atau responden terkait tanpa melalui pihak perantara manapun. Sumber datanya adalah karyawan yang bekerja sebagai akuntan yang ada di perusahaan manufaktur yang sudah menerapkan *Corporate Social Responsibility* di Kota Semarang.

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik survei yaitu metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan berupa kuesioner kepada responden yang dituju (Jogiyanto, 2010).

3.4.3. Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang ditujukan kepada karyawan yang bekerja sebagai akuntan pada perusahaan manufaktur yang sudah menerapkan *Corporate Social Responsibility* di Semarang. Isi kuesioner ini terkait dengan efek dari persepsi *corporate social responsibility* terhadap perilaku karyawan yang dinilai dari kepuasan kerja, komitmen organisasi, kebermanaknaan, persepsi dukungan organisasi (*perceived organization support*), dan *locus of control*.

3.4.4. Pengujian Alat Pengumpulan Data

Setelah memperoleh data – data kuesioner yang didapat dari pihak responden, maka penulis ingin menguji validitas dan reliabel dari data yang didapat. Maka pengujian validitas dan reliabel diuji menggunakan :

3.4.4.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut dan mengukur ketepatan tiap pertanyaan kuesioner atau indikator yang digunakan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dengan n sebagai jumlah responden yang diperoleh.

Kemudian membandingkan nilai *Correlatted Item Total Correlation* dengan hasil perhitungan r tabel untuk kuesioner yang penulis dapat yaitu berkisar 0,297 dari 44 responden (dengan $df=44-2$ menjadi 42).

Jika r hitung $> r$ tabel dan nilainya positif, maka suatu item pertanyaan atau indicator tersebut dinyatakan valid.

3.4.4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini juga menggunakan model pengujian *Cronbach Alpha*, dari nilai *Cronbach Alpha* dapat diketahui bahwa kriteria reliabilitas suatu instrument yang digunakan pada data tersebut berada pada tingkat reliabilitas yang makin baik atau buruk. Sehingga, uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi data atau ketetapan dari keseluruhan kuesioner atau instrument penelitian (Alat – alat pengujian hipotesis, 2013).

3.5. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan agar memenuhi asumsi dari regresi linier berganda yang digunakan untuk menjawab hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

3.5.1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dimasukkan untuk mendeteksi data yang akan digunakan untuk menguji hipotesis merupakan sampel dari populasi yang memenuhi hakikat naturalistik. Maka untuk menguji sampel penelitian termasuk jenis distribusi normal atau tidak dengan menggunakan pengujian Kolmogorov – Smirnov Goodness of Fit Test terhadap masing – masing variabel.

3.5.2. Uji Heterokedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dimaksudkan untuk melihat keragaman pada variabel independen yang bervariasi pada data yang ada di tiap sampel tetapi memiliki keragaman residual atau eror yang tidak bersifat konstan. Maka pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Glejser.

3.5.3. Uji Multikolinearitas

Pada pengujian multikolinearitas dapat dideteksi dengan menghitung koefisien korelasi ganda serta membandingkannya dengan koefisiensi korelasi antar variabel bebas. Pada pengujian ini dengan SPSS, dengan patokan nilai *Tolerance* tidak ada yang lebih besar daripada 1 dan tidak ada nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih dari 10.

3.6. Analisis Regresi

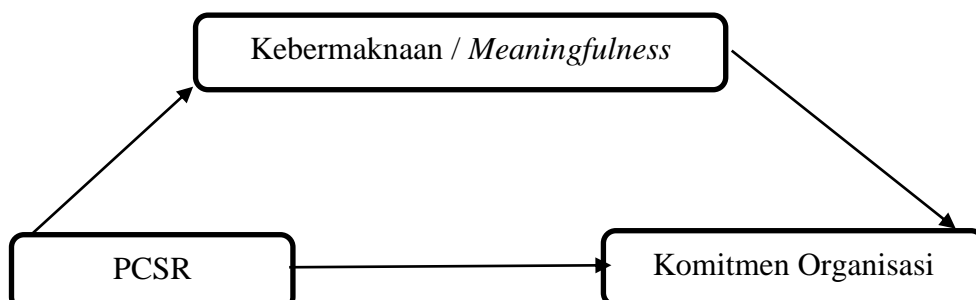
1. Persamaan Regresi



$$KK = \beta_{01} + c \text{ PCSR} + e1 \dots \dots \dots (1)$$

$$K = \beta_{02} + a \text{ PCSR} + e2 \dots \dots \dots (2)$$

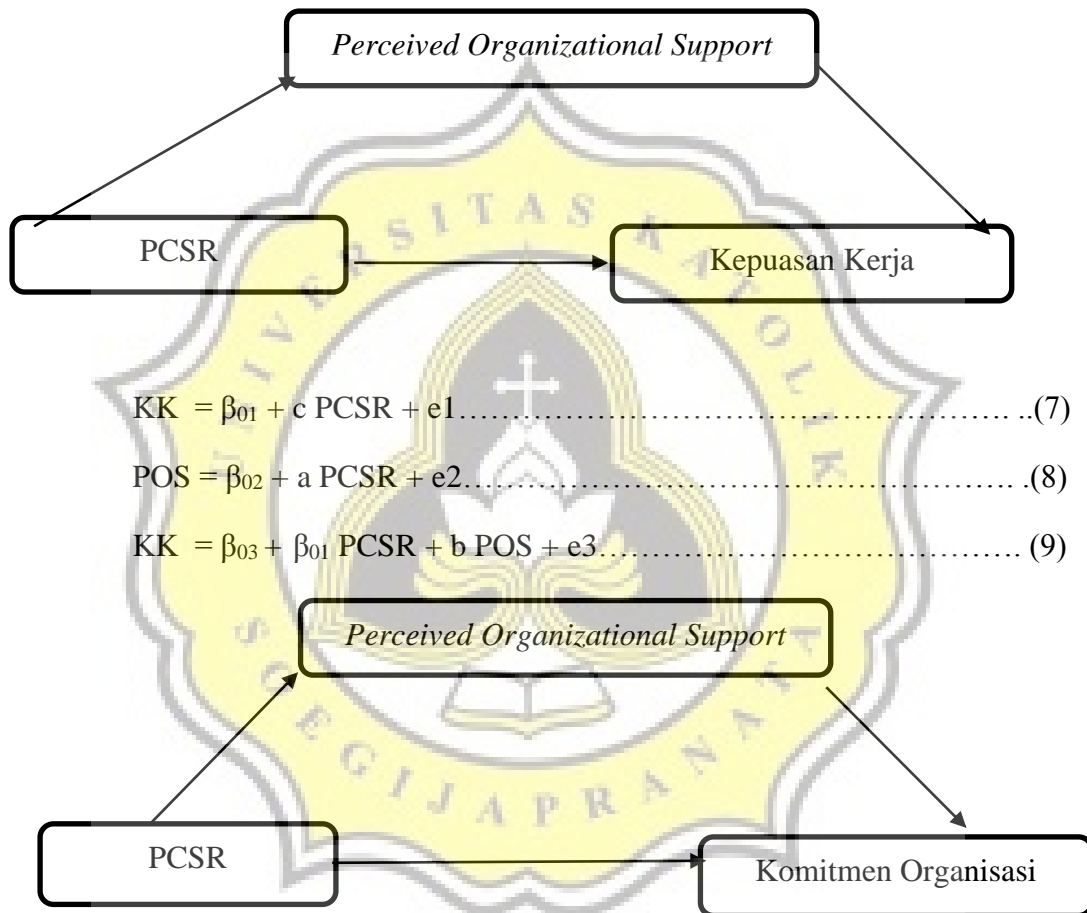
$$KK = \beta_{03} + \beta_{01} \text{ PCSR} + b K + e3 \dots \dots \dots (3)$$



$$KO = \beta_{01} + c \text{ PCSR} + e1 \dots \dots \dots (4)$$

$$K = \beta_{02} + a \text{ PCSR} + e2 \dots \dots \dots (5)$$

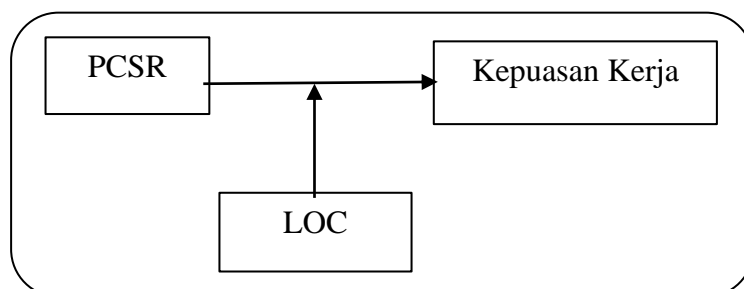
$$KO = \beta_{03} + \beta_{01} \text{ PCSR} + b K + e3 \dots \dots \dots (6)$$



$$KO = \beta_{01} + c \text{ PCSR} + e1 \dots \dots \dots (10)$$

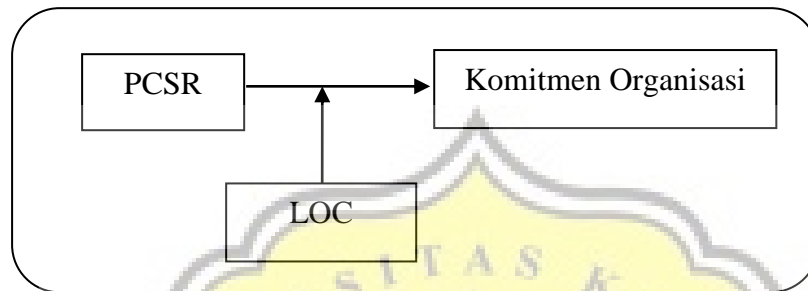
$$POS = \beta_{02} + a \text{ PCSR} + e2 \dots \dots \dots (11)$$

$$KO = \beta_{03} + \beta_{01} \text{ PCSR} + b \text{ POS} + e3 \dots \dots \dots (12)$$



$$KK = \beta_0 + \beta_1 \text{PCSR} + \beta_2 \text{LOC} + e \dots \dots \dots (13)$$

$$KK = \beta_0 + \beta_1 \text{PCSR} + \beta_2 \text{LOC} + \beta_{1,2} \text{PCSR.LOC} + e \dots \dots \dots (14)$$



$$KO = \beta_0 + \beta_1 \text{PCSR} + \beta_2 \text{LOC} + e \dots \dots \dots (15)$$

$$KO = \beta_0 + \beta_1 \text{PCSR} + \beta_2 \text{LOC} + \beta_{1,2} \text{PCSR.LOC} + e \dots \dots \dots (16)$$

Keterangan :

PCSR = *Persepsi Corporate Social Responsibility*

KK = *Kepuasan Kerja*

KO = *Komitmen Organisasi*

K = *Kebermaknaan / meaningfulness*

POS = *Perceived Organizational Support* / *Persepsi dukungan organisasi*

LOC = *Locus of Control*

β_0 = constanta

β_{1-3} = koefisien regresi

2. Menyatakan Hipotesis

Pengujian untuk Hipotesis 1 a : Menguji apakah variabel kebermaknaan (K) memediasi hubungan *perceived corporate social responsibility* (PCSR) terhadap kepuasan kerja (KK).

$$1. KK = \beta + \beta PCSR + e$$

$$2. K = \beta + \beta PCSR + e$$

$$3. KK = \beta + \beta PCSR + \beta K + e$$

Kriteria penerimaan hipotesis :

1. Untuk persamaan pertama, PCSR (*perceived corporate social responsibility*) harus berhubungan signifikan dengan KK (kepuasan kerja). Langkah ini menunjukkan adanya hubungan antar 2 variabel yang kemungkinan akan dimediasi. Syarat signifikan adalah $p\text{-value} < 0,05$ begitupula sebaliknya.
2. Untuk persamaan kedua, PCSR (*perceived corporate social responsibility*) harus berhubungan signifikan dengan variabel K (kebermaknaan). Langkah ini menunjukkan ada mediator yang akan mempengaruhi variabel dependen tersebut. Syarat signifikan adalah $p\text{-value} < 0,05$ begitupula sebaliknya.
3. Untuk persamaan ketiga, variabel K (kebermaknaan) harus berhubungan signifikan dengan KK (kepuasan kerja), dengan tetap memasukkan PCSR (*perceived corporate social responsibility*) dalam pengujian hubungan K (kebermaknaan) dengan KK (kepuasan kerja). Syarat signifikan adalah $p\text{-value} < 0,05$ begitupula sebaliknya.

4. Setelah menguji dengan 3 persamaan diatas, maka pengujian selanjutnya yaitu menentukan apakah *indirect effect* tersebut signifikan atau tidak. Pengujian ini akan menggunakan Sobel test. *Indirect effect* dapat dikatakan signifikan apabila :

1. P-value Sobel test $\leq \alpha$, di mana $\alpha = 5\%$.
2. P-value Aroian test $\leq \alpha$, di mana $\alpha = 5\%$.
3. P-value Goodman test $\leq \alpha$, di mana $\alpha = 5\%$.

5. Untuk langkah selanjutnya yaitu menentukan jenis variabel mediator dengan membandingkan pengaruh langsung PCSR (*perceived corporate social responsibility*) terhadap KK (kepuasan kerja), yaitu c (langkah 1) dengan pengaruh PCSR (*perceived corporate social responsibility*) terhadap KK (kepuasan kerja) pada regresi (c') di langkah ke-3, maka jenis variabel mediator adalah sebagai berikut:

- a. *Complete mediation* : Saat variabel PCSR (*perceived corporate social responsibility*) tidak lagi mempengaruhi KK (kepuasan kerja) setelah hubungan keduanya dikontrol oleh K (kebermaknaan) dan path $c'=0$ (*not significantly different from zero*).
- b. *Partial mediation* : Saat hubungan PCSR (*perceived corporate social responsibility*) ke KK (kepuasan kerja) menurun ($c'<c$), namun tetap signifikan (*significantly different from zero*) ketika variabel mediator mengontrol hubungan keduanya.

Pengujian untuk Hipotesis 1 b : Menguji apakah variabel kebermaknaan / *meaningfulness* (K) memediasi hubungan *perceived corporate social responsibility* (PCSR) terhadap komitmen organisasi (KO).

$$1. KO = \beta + \beta PCSR + e$$

$$2. K = \beta + \beta PCSR + e$$

$$3. KO = \beta + \beta PCSR + \beta K + e$$

Kriteria penerimaan hipotesis :

1. Untuk persamaan pertama, PCSR (*perceived corporate social responsibility*) harus berhubungan signifikan dengan KO (komitmen organisasi). Langkah ini menunjukkan adanya hubungan antar 2 variabel yang kemungkinan akan dimediasi. Syarat signifikan adalah $p\text{-value} < 0,05$ begitupula sebaliknya.
2. Untuk persamaan kedua, PCSR (*perceived corporate social responsibility*) harus berhubungan signifikan dengan variabel K (kebermaknaan). Langkah ini menunjukkan ada mediator yang akan mempengaruhi variabel dependen tersebut. Syarat signifikan adalah $p\text{-value} < 0,05$ begitupula sebaliknya.
3. Untuk persamaan ketiga, variabel K (kebermaknaan) harus berhubungan signifikan dengan KO (komitmen organisasi), dengan tetap memasukkan PCSR (*perceived corporate social responsibility*) dalam pengujian hubungan K (kebermaknaan) dengan KO (komitmen organisasi).
4. Setelah menguji dengan 3 persamaan diatas, maka pengujian selanjutnya yaitu menentukan apakah *indirect effect* tersebut signifikan atau tidak.

Pengujian ini akan menggunakan Sobel test. *Indirect effect* dapat dikatakan signifikan apabila :

1. P-value Sobel test $\leq \alpha$, di mana $\alpha = 5\%$.
 2. P-value Aroian test $\leq \alpha$, di mana $\alpha = 5\%$.
 3. P-value Goodman test $\leq \alpha$, di mana $\alpha = 5\%$.
5. Untuk langkah selanjutnya yaitu menentukan jenis variabel mediator dengan membandingkan pengaruh langsung PCSR (*perceived corporate social responsibility*) terhadap KO (komitmen organisasi), yaitu c (langkah 1) dengan pengaruh PCSR (*perceived corporate social responsibility*) terhadap KO (komitmen organisasi) pada regresi (c') di langkah ke-3, maka jenis variabel mediator adalah sebagai berikut:
- a. *Complete mediation* : Saat variabel PCSR (*perceived corporate social responsibility*) tidak lagi mempengaruhi KO (komitmen organisasi) setelah hubungan keduanya dikontrol oleh K (kebermaknaan) dan path $c'=0$ (*not significantly different from zero*).
 - b. *Partial mediation* : Saat hubungan PCSR (*perceived corporate social responsibility*) ke KO (komitmen organisasi) menurun ($c'<c$), namun tetap signifikan (*significantly different from zero*) ketika variabel mediator mengontrol hubungan keduanya.

Pengujian untuk Hipotesis 2 a : Menguji apakah variabel persepsi dukungan organisasi (POS) memediasi hubungan *perceived corporate social responsibility* (PCSR) terhadap kepuasan kerja (KK).

1. $KK = \beta + \beta PCSR + e$
2. $POS = \beta + \beta PCSR + e$
3. $KK = \beta + \beta PCSR + \beta POS + e$

Kriteria penerimaan hipotesis :

1. Untuk persamaan pertama, PCSR (*perceived corporate social responsibility*) harus berhubungan signifikan dengan KK (komitmen organisasi). Langkah ini menunjukkan adanya hubungan antar 2 variabel yang kemungkinan akan dimediasi.
2. Untuk persamaan kedua, PCSR (*perceived corporate social responsibility*) harus berhubungan signifikan dengan variabel POS (*perceived organizational support*). Langkah ini menunjukkan ada mediator yang akan mempengaruhi variabel dependen tersebut.
3. Untuk persamaan ketiga, variabel POS (*perceived organizational support*) harus berhubungan signifikan dengan KK (kepuasan kerja), dengan tetap memasukkan PCSR (*perceived corporate social responsibility*) dalam pengujian hubungan POS (*perceived organizational support*). dengan KK (kepuasan kerja).
4. Setelah menguji dengan 3 persamaan diatas, maka pengujian selanjutnya yaitu menentukan apakah *indirect effect* tersebut signifikan atau tidak. Pengujian ini akan menggunakan Sobel test. *Indirect effect* dapat dikatakan signifikan apabila :

1. P-value Sobel test $\leq \alpha$, di mana $\alpha = 5\%$.
2. P-value Aroian test $\leq \alpha$, di mana $\alpha = 5\%$.

3. P-value Goodman test $\leq \alpha$, di mana $\alpha = 5\%$.

5. Untuk langkah selanjutnya yaitu menentukan jenis variabel mediator dengan membandingkan pengaruh langsung PCSR (*perceived corporate social responsibility*) terhadap KK (kepuasan kerja), yaitu c (langkah 1) dengan pengaruh PCSR (*perceived corporate social responsibility*) terhadap KK (kepuasan kerja) pada regresi (c') di langkah ke-3, maka jenis variabel mediator adalah sebagai berikut:

- a. *Complete mediation* : Saat variabel PCSR (*perceived corporate social responsibility*) tidak lagi mempengaruhi KK (kepuasan kerja) setelah hubungan keduanya dikontrol oleh POS (*perceived organizational support*) dan path $c'=0$ (*not significantly different from zero*).
- b. *Partial mediation* : Saat hubungan PCSR (*perceived corporate social responsibility*) ke KK (kepuasan kerja) menurun ($c'<c$), namun tetap signifikan (*significantly different from zero*) ketika variabel mediator mengontrol hubungan keduanya

Pengujian untuk Hipotesis 2 b : Menguji apakah variabel persepsi dukungan organisasi (POS) memediasi hubungan *perceived corporate social responsibility* (PCSR) terhadap komitmen organisasi (KO).

$$1. KO = \beta + \beta PCSR + e$$

$$2. POS = \beta + \beta PCSR + e$$

$$3. KO = \beta + \beta PCSR + \beta POS + e$$

Kriteria penerimaan hipotesis :

1. Untuk persamaan pertama, PCSR (*perceived corporate social responsibility*) harus berhubungan signifikan dengan KO (komitmen organisasi). Langkah ini menunjukkan adanya hubungan antar 2 variabel yang kemungkinan akan dimediasi.
2. Untuk persamaan kedua, PCSR (*perceived corporate social responsibility*) harus berhubungan signifikan dengan variabel POS (*perceived organizational support*). Langkah ini menunjukkan ada mediator yang akan mempengaruhi variabel dependen tersebut.
3. Untuk persamaan ketiga, variabel POS (*perceived organizational support*) harus berhubungan signifikan dengan KO (komitmen organisasi), dengan tetap memasukkan PCSR (*perceived corporate social responsibility*) dalam pengujian hubungan POS (*perceived organizational support*) dengan KO (komitmen organisasi).
4. Setelah menguji dengan 3 persamaan diatas, maka pengujian selanjutnya yaitu menentukan apakah *indirect effect* tersebut signifikan atau tidak. Pengujian ini akan menggunakan Sobel test. *Indirect effect* dapat dikatakan signifikan apabila :
 1. P-value Sobel test $\leq \alpha$, di mana $\alpha = 5\%$.
 2. P-value Aroian test $\leq \alpha$, di mana $\alpha = 5\%$.
 3. P-value Goodman test $\leq \alpha$, di mana $\alpha = 5\%$.
5. Untuk langkah selanjutnya yaitu menentukan jenis variabel mediator dengan membandingkan pengaruh langsung PCSR (*perceived corporate social responsibility*) terhadap KO (komitmen organisasi), yaitu c

(langkah 1) dengan pengaruh PCSR (*perceived corporate social responsibility*) terhadap KO (komitmen organisasi) pada regresi (c') di langkah ke-3, maka jenis variabel mediator adalah sebagai berikut:

- a. *Complete mediation* : Saat variabel PCSR (*perceived corporate social responsibility*) tidak lagi mempengaruhi KO (komitmen organisasi) setelah hubungan keduanya dikontrol oleh POS (*perceived organizational support*) dan path $c'=0$ (*not significantly different from zero*).
- b. *Partial mediation* : Saat hubungan PCSR (*perceived corporate social responsibility*) ke KO (komitmen organisasi) menurun ($c'<c$), namun tetap signifikan (*significantly different from zero*) ketika variabel mediator mengontrol hubungan keduanya

Pengujian untuk Hipotesis 3a : Menguji apakah variabel Locus of Control (LOC) memoderasi hubungan *perceived corporate social responsibility* (PCSR) terhadap kepuasan kerja (KK).

1. $KK = \beta_0 + \beta_1 PCSR + \beta_2 LOC + e$
2. $KK = \beta_0 + \beta_1 PCSR + \beta_2 LOC + \beta_3 PCSR * LOC + e$

Kriteria penerimaan hipotesis :

1. Persamaan 1 merupakan persamaan regresi biasa dengan 2 variabel independen (X1 sebagai PCSR, X2 sebagai LOC) terhadap variabel dependen (kepuasan kerja / KK).
2. Pada persamaan ke-2, X2 dijadikan sebagai variabel *moderating* dan tetap menggunakan persamaan regresi dalam MRA.

3. Melakukan regresi dengan *main effect* untuk persamaan 1, sedangkan untuk persamaan ke-2 dilakukan regresi *main effect* dan *interaction effect*.
4. Untuk signifikansi *interaction effect* dapat dilihat dari:
 - a. Kenaikan R^2 dari persamaan 1 dengan persamaan 2, atau
 - b. Melihat *t-value* koefisien regresi interaksi PCSR dan LOC.

Pengujian untuk Hipotesis 3b : Menguji apakah variabel Locus of Control (LOC) memoderasi hubungan *perceived corporate social responsibility* (PCSR) terhadap komitmen organisasi (KO).

1. $KO = \beta + \beta_1 PCSR + \beta_2 LOC + e$
2. $KO = \beta + \beta_1 PCSR + \beta_2 LOC + \beta_3 PCSR * LOC + e$

Kriteria penerimaan hipotesis :

1. Persamaan 1 merupakan persamaan regresi biasa dengan 2 variabel independen (X1 sebagai PCSR, X2 sebagai LOC) terhadap variabel dependen (kepuasan kerja / KK).
2. Pada persamaan ke-2, X2 dijadikan sebagai variabel *moderating* dan tetap menggunakan persamaan regresi dalam MRA.
3. Melakukan regresi dengan *main effect* untuk persamaan 1, sedangkan untuk persamaan ke-2 dilakukan regresi *main effect* dan *interaction effect*.
4. Untuk signifikansi *interaction effect* dapat dilihat dari:
 - a. Kenaikan R^2 dari persamaan 1 dengan persamaan 2, atau
 - b. Melihat *t-value* koefisien regresi interaksi PCSR dan LOC.